**Моделирование поведения потребителя**

*ФИО преподавателя*: Григолая Дина Александровна

*Цель освоения дисциплины*: освоение методологии поведенческой экономики, применимой для проведения маркетинговых исследований и создания маркетинговых стратегий.

*Краткое содержание дисциплины*: Тема 1. Введение в дисциплину. История вопроса: институционализация идеи. Культурологический и исторический контексты. Ключевые понятия курса. Маркетинг и брендинг: как это связано и что по сути. Маркетинговая программа и инструментарий: функции и возможности. Тема 2. Базис маркетинговой стратегии. Временные диапазоны планирования маркетинговых стратегий: риски, ограничения. Тема 3. Последовательность и состав шагов в процессе планирования и реализации маркетинговой стратегии. Анализ здоровья марки и контрольные процедуры оценки жизнеспособности и эффективности выбранной маркетинговой стратегии. Тема 4. Стратегический и тактический маркетинг. Управление маркетингом. Региональный маркетинг. Отраслевой маркетинг. Тема 5. Потребительский опыт и брендинг. Private label. Вывод новых продуктов на Рынок. Тема 6. Кейс стади: обзор успешных и провальных маркетинговых и брендинговых кампаний. Роль потребителя в маркетинге.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме экзамена.